

2018-2023年中国电影院线行业市场发展动向调查 与投资前景趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国电影院线行业市场发展动向调查与投资前景趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/309628309628.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、产业界定

（一）产业概况

我国的“院线制”于 2001 年起在国家行政引导下起步，我国影院数量达到 6484 家，2012—2015 年复合增速 21%；银幕数量达 32487 块，2012—2015 年复合增速为 35%；2015 年城市院线数也从 2002 年的 30 家增长到 49 家。

我国目前存在的电影院线形式主要有三种：第一种是影院投资公司；第二种是连锁影院管理公司；第三种是影院加盟为主的院线公司，本文侧重以第三种影院类型为主要研究对象。

（二）产业属性

1. 市场需求弹性。我国电影院线产业自 2002 年国家出台相关院线整合政策后一直处于蓬勃发展时期，尽管是非耐用消费品，但是需求价格弹性波动较大，仍会受到影响。当电影票价降低时，仍会吸引更多消费者前来观影。当该产业逐渐发展成熟时，需求弹性的影响才会有所下降。

2. 市场需求增长率。市场需求的增加对产业结构的发展方向影响是不确定的，一方面市场需求的扩张会带给潜在企业进入市场的机会，导致产业内出现新企业，占据一定的市场份额，使不成规模的小厂商扩大规模的同时提高经济效益，从而有机会参与大企业之间的竞争，导致市场集中度的下降；另一方面，市场需求的扩张会刺激原有企业扩大规模获取更多利益，并且原有企业的规模本身大于新进入企业，具有一定优势甚至会利用机会排挤中小企业占据更多的市场份额，进而提高市场集中度，不利于行业向竞争型发展。

3. 产品的短期成本结构。院线的短期成本结构和院线形式有很大关系。本文主要研究的加盟式院线，是服务商而非运营商，所以前期投入资本相对较少。但也需要保证足够的客流量才能挽回成本，长期经营下去。

二、市场结构分析

（一）市场集中度

1.市场集中度指数（CR_n）。

由表 1 的 CR_n 指数和相关数据（见表 2）分析得知：

表：以 CR₄、CR₈ 为基准的市场结构分类 表：中国电影院线 2013—2015 年的市场集中度数据统计

我国电影院线行业市场集中度属于高度集中状态下的低集中寡占型，CR₄ 均值为 38.03%，CR₈ 均值为 60.17%，远远超过竞争型水平，说明该行业具有垄断型的市场结构。

纵观三年的数据（见表 2），我们可以发现 CR₄ 和 CR₈ 均呈现稳中有降的态势，但是降幅较小，表明随着我国该行业的市场性改革，垄断趋势有所下降。但是全国票房收入是不断提高的，说明随着经济发展水平的提高，消费者更加注重精神消费，加之我国电影市场总体规模不大，进入壁垒较低，市场竞争也不断增强，加快了电影院线行业的发展。

（二）产品差别化

电影作为非耐用消费品，产品差别化是企业获得竞争优势的有效手段，产品差别化越强，同类产品的替代可能性越小，越有利于厂商占领和操纵市场。

1.产品的物理性差异。在电影院线初期蓬勃发展阶段，有些放映技术只有大型院线具备。消费者想观看科技要求较高的电影只能去万达等大型院线。

2.销售的地理位置差异。电影院线行业受地理位置的影响较大，消费者一般会选择就近观影，周末在商场逛街休息之余看场电影，一般会选择商场里面或者离商场最近的影院而不可能为了影院品牌而周折，所以，选择合适的地理位置是影院提高自身竞争力的关键性因素，一般会选择在人口密集，流动性较大的商场附近。

（三）进入与退出壁垒

1.进入壁垒。一是规模经济壁垒：从上文表格数据中可以看出，近几年除了万达院线保持市场份额第一之外，之后九位排名一直变化，随着电影行业市场化的不断提高，具有相同或相类似规模的院线企业数量众多，各院线拥有的影院数量相差不大，企业之间的竞争加强，市场集中度下降，逐渐有更多的小企业加入，这也说明规模经济效应不够显著，缺乏竞争力的小企业容易进入市场并迅速成长。二是产品差别壁垒：从近年来的发展情况看，影片排片和附带性服务同质化现象严重，消费者并没有明确的品牌忠诚度，所以这类壁垒主要体现在影院放映设备和地理位置上。三是政策法律壁垒：根据《电影企业经营资格准入暂行规定

》，以参股形式投资现有院线公司的，参股单位须在三年内投资不少于 3000 万元人民币，用于本院线中电影院的新建、改造；以控股形式投资现有院线公司的，控股单位须在三年内投资不少于 4000 万元人民币，用于本院线中电影院的新建、改造；单独组建省内或全国电影院线公司的，组建单位须在三年内投资不少于 5000 万元人民币用于本院线中电影院的新建、改造。这样看来，虽然院线企业的融资方式多样化，但对于影院规模和资本量还是有一定要求的。

2.退出壁垒。当电影院线企业退出这一行业时，不得不放弃之前的电影放映设备和场地，这些配套设施的专用性较高，价值不能完全被收回甚至被搁置，它们所造成的损失就是该行业的沉淀成本，一定程度上构成了电影院线企业的退出障碍，形成一定程度的退出壁垒。

三、市场行为分析

在 SCP 框架中，市场结构决定了市场行为。垄断竞争型的产业结构决定了它的市场行为要帮助企业有利竞争，扩大市场份额。

（一）策略性定价行为

1.价格歧视行为。在电影院线产业中，存在三个级别的价格歧视。由中国电影发行放映协会倡议推出的“中国电影一卡通”让观众不仅可以在全国范围内影院刷卡购票还可以享受购买纪念品等诸多优惠。并且，厂商根据产品的购买数量设定不同的价格。这种定价方式实际上形成了一种数量折扣。例如，在比较多的人进行观影的时候可以进行团购或者购买家庭套票，类似于“薄利多销”。此外，影院还会根据观影时间制定不同价格。针对学生和老人推出半价的优惠，针对上班族自 2006 年实行“周二半价日”活动也为各大院线积累了人气。

2.非线性定价行为。一般影院除了售票还会考虑到电影的周边服务，比如提供 3D 眼镜、饮品、小吃等。将这些周边产品和电影票结合起来组合定价，会在一定程度上刺激消费者的潜在消费意愿。

（二）广告行为

电影院线属于垄断竞争型产业，广告通过提高产品差别化程度成为一种进攻型策略。并且电影本身是经验型消费品，广告密度较大，具有行业特色。电影广告作为劝诱性广告，

能够在很大程度上改变顾客的偏好，降低需求价格弹性，扩大院线的市场份额，同时也可以利用其网络外部性的特征进行网上宣传，提高其市场竞争力。

目前市场上已有的广告宣传方式包括自制宣传片、与电商合作、户外室内的共同宣传、建立自己的品牌，独树一帜，提高知名度等。

（三）技术进步行为

早在 2010 年初，风靡全球的《阿凡达》让 IMAX 巨幕电影进入中国观众的视野。《阿凡达》在全国 14 个 IMAX 影院的票房收入超过 1.6 亿元，占该片中国内地总票房的 11%，其中北京 UME 华星影城 IMAX 单银幕票房就高达两千多万元。据了解，2015 年院线放映出现新技术，如 4K 数字放映将逐渐成为中国影院新的竞争点、数字化时代的放映新技术—TMS、杜比全景声等。

（四）并购行为

1. 横向一体化。以行业领头企业——万达院线为例。2012 年 5 月 21 日，大连万达集团股份有限公司与全球排名第二的美国 AMC 影视公司签署并购协议，此举使万达集团成为全球最大的影院运营商。2015 年 6 月，又并购了澳洲第二大院线。万达旨在通过这样的海外并购来谋求国际市场，获得规模效应。而在我国电影院线今后发展过程中，势必需要一个龙头企业的带领。

2. 纵向一体化是企业两个可能的方向上扩展现有经营业务的一种发展战略。纵向一体化虽然在规模效益上不如横向一体化，但是在提升企业内部资源配置效率、创造市场力量、提高技术效率、确保影片供应、防止发行中止等方面有着较大优势，最重要的是能够降低交易成本。

在由制片、发行、放映三个领域组成的电影产业中，企业的纵向一体化已经成为一种趋势，这一趋势对电影产业的整体竞争水平的影响也是极大的。纵向一体化作为电影产业的发展趋势是由电影产业运行规律所决定的，并且深远影响电影产业的竞争方式，将竞争的核心转换到影片质量的竞争上来。

四、市场绩效分析

（一）资源配置效率

电影院线产业是文化传媒领域的重要组成部分，2015 年前三个季度我国文化传媒领域的平均利润率为 8.2%，而电影院线产业在 2015 年前三个季度的平均利润率为 7.29%，略低于产业平均水平。位于院线榜首的万达院线在 2015 年前三个季度的平均利润率为 24.29%，几乎是电影院线产业平均利润率的 3.5 倍。而在 2014 年票房排名第三的大地院线的利润率为 8.31%，仅略高于平均水平。这说明电影院线行业各企业之间利润率水平差异还是较大，没有形成一定规模，行业总体利润率有待提高。

（二）技术进步速度

随着各院线企业积极的进行技术改进，引进先进设备和系统，截止 2015 年底，全国近 80% 的银幕可以放映 3D 影片，巨幕数量超过 350 块。中国大陆地区 IMAX 银幕数量达到 282 块。截止 2015 年 10 月，已有 27 个省（市、区）的 56 个城市建设了近百家中国巨幕影厅。通过 RealD6FL 影厅认证的影厅数量已经达到 210 个。各院线彼此竞争激烈，想以此来获得更多市场竞争优势，这在一定程度上激励各企业加强技术进步，也由此获得了创新利润。

（三）规模经济实现程度

在电影院线行业中，院线的票房市场份额是反映其规模经济程度的有效数据。从我国近三年的市场份额中可以看出，其市场集中度呈下降趋势，并且总体不到 40%，远远不足以形成规模效应，而是形成了以万达院线为首的“一超多强”的格局，相比美国前四家占比 61% 和欧洲前两家占比 50% 来说还有很大差距。

五、产业组织政策建议

（一）提高资源配置效率

资源配置效率受市场集中度、进入壁垒、技术进步等因素的影响。通过上文的分析得知我国电影院线的市场集中度水平呈下降趋势，这在一定程度上影响了资源配置效率的提高，因此要大力提高该产业的市场集中度。2002 年我国院线制改革以来，该产业处于上升发展时期，尚不成熟，不能完全交由市场调节，需要政府的管理和引导，要发挥政府优化资源配置的财政政策职能，降低交易成本。

（二）继续提供技术支持

在垄断竞争市场中，各企业加强技术进步，提高自身的竞争力和市场份额，但这样的力度是远远不够的，需要政府引进外资和先进技术。当前我国宏观经济下行压力增大，需要更多类似“互联网+”的政策来推动电影产业技术进步、效率提升和组织变革。这样一来，不仅能促进万达院线这样的龙头企业的创新利润的增加，更为中小企业的发展提供了技术动力支持。

（三）提高行业的规模经济性

鼓励并购，支持更多的企业进行纵向一体化的行动，让越来越多的电影形成制作、发行、放映的一体化，将大大降低交易成本，提高效率。鼓励大企业兼并或收购实力弱小的企业，带动其发展，通过院线之间的兼并整合，未来院线的数量适当减少的同时规模扩大，形成一定的品牌效应，生产要素向大企业集中，最终形成5—10家院线控制全国电影放映的产业规模，形成规模效应，也会提高该产业的资源配置效率。同时，院线也可以通过增加放映场次来扩大总收益，提高银幕利用率，节省成本，提高效益。

六、结语

在整个电影产业链中，制作、发行、上映三者与我们生活联系最密切的就是上映环节，因为院线的公映才让更多观众看到好的电影作品，接受文化熏陶。通过很多数据分析研究，我们得知近年来我国电影院线行业处在一个垄断竞争的局面，正是这样的市场结构让很多企业采取提高自己竞争优势和扩大规模的市场行为，不仅是万达这样的大型企业，还有更多的中小企业也在提升自己的能力，所以也更加降低了该行业的市场集中度，这样的行为虽然促进了市场的竞争，有效的遏制了垄断的发生，但是影响了该行业的规模经济性，一定程度上影响了资源配置效率的优化，进而不利于提高市场绩效。所以在该行业蓬勃发展尚未成熟时期，不仅是各个企业自我的提升，更需要政府出台相应的政策大力扶持该产业的发展。

观研天下发布的《2018-2023年中国电影院线行业市场发展动向调查与投资前景趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告大纲】

第一章中国电影院线产业地位分析

1.1 电影院线相关术语定义

1.1.1 电影院线定义

1.1.2 数字电影/数字拷贝/数字银幕定义

1.1.3D电影/3D银幕定义

1.1.4 IAX电影/IAx银幕定义

1.1.5 植入式广告/电影贴片广告/映前广告定义

1.2 电影院线制改革及院线性质的分析

1.2.1 我国电影院线制改革分析

1.2.2 电影院线性质的分析

1.3 电影产业链及利益分配格局分析

1.3.1 电影产业链结构分析

1.3.2 电影产业利益分配格局分析

1.3.3 电影院线产业地位分析

第二章 国际电影产业发展现状及趋势分析

2.1 国际电影产业发展现状及趋势分析

2.1.1 国际电影产业发展概况

(1) 新兴市场票房井喷引领全球电影收入增长

(2) 3D电影市场冰火两重天

(3) 成熟和新兴电影工业间的互动加速

2.1.2 国际票房收入分析

(1) 全球电影市场票房收入规模

(2) 国际电影票房地区分布格局

2.1.3 国际银幕规模分析

(1) 全球银幕规模及构成分析

(2) 主要国家银幕密度对比

2.1.4 国际观影人次分析

2.1.5 国际电影产业发展趋势分析

2.2 美国电影产业发展分析

2.2.1 美国电影产业政策环境

2.2.2 美国电影票房收入

2.2.3 美国电影发行量

2.2.4 美国电影票房排行榜

2.2.5 美国电影产业发展模式

(1) 电影融资模式

(2) 电影制作模式

(3) 电影发行模式

(4) 电影放映模式

2.2.6 美国电影产业营销与典型案例

2.3 欧洲电影产业发展分析

2.3.1 欧洲电影产业政策环境

(1) 投融资方面政策

(2) 制作、发行、放映方面政策

(3) 产业促进方面政策

2.3.2 欧洲主要国家电影票房收入

2.3.3 欧洲主要国家平均票价对比

2.3.4 欧洲主要国家观影人次对比

2.3.5 欧洲主要国家国产片份额

2.3.6 欧洲主要国家电影票房排行榜

2.4 韩国电影产业发展分析

2.4.1 韩国电影产业政策环境

2.4.2 韩国电影票房收入

2.4.3 韩国电影观影人次

2.4.4 韩国电影国产片份额

2.4.5 韩国电影票房排行榜

2.4.6 韩国电影产业衰退分析

(1) 韩国电影衰退表现

(2) 韩国电影衰退原因

(3) 韩国电影界应对策略

2.5 日本电影产业发展分析

2.5.1 日本电影产业政策环境

2.5.2 日本电影票房收入

2.5.3 日本电影平均票价

2.5.4 日本电影观影人次

2.5.5 日本电影票房排行榜

2.5.6 日本动画电影市场分析

2.6 印度电影产业发展分析

2.6.1 印度电影产业政策环境

2.6.2 印度电影票房收入

2.6.3 主要企业市场占有率

2.6.4 印度电影国产片份额

2.6.5 印度电影票房排行榜

2.6.6 印度电影产业的特征与经验

(1) 投融资方面

(2) 制作方面

(3) 发行、放映方面

2.7 香港电影产业发展分析

2.7.1 香港电影产业政策环境

2.7.2 香港电影市场整体情况

2.7.3 香港电影票房收入

2.7.4 香港电影票房排行榜

2.8 中国电影产业发展现状及趋势分析

2.8.1 电影产业规模及结构分析

(1) 电影产业收入规模分析

(2) 国产与进口片比较分析

(3) 中国电影海外票房收入

(4) 电影广告收入结构分析

(5) 电影平均票价分析

(6) 电影观影人次分析

(7) 电影票房排行榜

2.8.2 非城市主流电影市场发展分析

(1) 二级电影市场发展分析

1) 二级电影市场发展现状

2) 二级电影市场竞争状况

3) 二级电影市场存在问题

4) 二级电影市场发展策略

(2) 农村电影市场发展分析

1) 农村电影市场发展现状

2) 农村电影市场竞争状况

3) 农村电影市场存在问题

4) 农村电影市场发展策略

2.8.3 电影制片业运营状况分析

(1) 电影生产规模及结构分析

1) 电影及题材分布

2) 电影制片业产量分析

(2) 电影制片业竞争格局分析

(3) 电影制片业收入及盈利分析

1) 电影制片业资金回收渠道

2) 主要电影投资回报率

3) 国产电影盈利原因分析

4) 国产电影投资回收典型案例

(4) 电影制片业发展趋势分析

1) 电影制片业发展策略分析

2) 电影制片业发展趋势分析

2.8.4 电影发行业运营状况分析

(1) 电影发行模式及公司分类

(2) 电影发行业竞争分析

1) 电影发行市场集中度分析

2) 电影发行市场竞争格局分析

(3) 电影发行企业盈利能力分析

(4) 电影发行业发展趋势分析

2.8.5 电影产业发展趋势及前景分析

(1) 电影产业发展趋势分析

(2) 电影产业发展前景预测

1) 电影产业产量规模预测

2) 电影产业营收规模预测

2.9 国际电影产业经验借鉴

2.9.1 政策方面经验借鉴

2.9.2 产品结构经验借鉴

2.9.3 龙头企业经验借鉴

2.9.4 投融资体系经验借鉴

2.9.5 营销战略经验借鉴

2.9.6 院线建设经验借鉴

第三章中国电影院线发展环境分析

3.1 电影院线发展政策环境分析

3.1.1 电影产业主要政策汇总

3.1.2 电影行业政策趋势分析

3.2 电影院线发展经济环境分析

3.2.1 国际经济环境分析

(1) 国际经济现状

(2) 国际经济展望

3.2.2 国内经济环境分析

(1) 国内经济现状

(2) 国内经济展望

3.2.3 宏观经济对电影放映业影响分析

3.3 电影院线发展社会环境分析

3.3.1 居民收入及消费分析

(1) 居民人均收入增长情况分析

(2) 居民消费影响因素与消费倾向分析

(3) 居民消费信心分析

(4) 居民消费结构分析

(5) 居民消费行为特征分析

3.3.2 居民观影习惯分析

3.4 电影院线发展技术环境分析

3.4.1 放映技术发展分析

3.4.2 新媒体发展分析

(1) 移动媒体终端情况

(2) 移动媒体用户情况

(3) 移动网络建设情况

(4) 移动视频发展情况

第四章中国电影院线竞争格局及扩张模式分析

4.1 电影院线发展规模及竞争分析

4.1.1 电影院线发展规模分析

4.1.2 电影院线市场竞争分析

(1) 电影院线集中度分析

(2) 电影院线竞争格局分析

4.2 重点城市院线市场发展分析

4.2.1 电影票房区域格局分析

4.2.2 北京市院线市场分析

4.2.3 上海市院线市场分析

4.2.4 广州市院线市场分析

4.2.5 深圳市院线市场分析

4.2.6 成都市院线市场分析

4.2.7 武汉市院线市场分析

4.2.8 重庆市院线市场分析

4.2.9 杭州市院线市场分析

4.2.10 南京市院线市场分析

4.2.11 西安市院线市场分析

4.3 非城市主流院线发展分析

4.3.1 农村数字院线发展分析

(1) 农村数字电影放映工程简介

(2) 农村数字院线发展规模分析

(3) 农村数字院线区域分布格局

4.3.2 电影网络院线发展分析

(1) 电影网络院线联盟的形成及发展

(2) 电影网络院线联盟运作机制分析

(3) 电影网络院线利益格局分析

(4) 电影网络院线对城市院线影响分析

4.4 电影院线扩张模式分析

4.4.1 加盟模式

(1) 模式内涵解析

(2) 典型案例分析

(3) 模式优缺点分析

4.4.2 万达模式

(1) 模式内涵解析

(2) 典型案例分析

(3) 模式优缺点分析

4.4.3 “数字放映+二级市场”模式

(1) 模式内涵解析

(2) 典型案例分析

(3) 模式优缺点分析

4.4.4 全产业链扩张模式

(1) 模式内涵解析

(2) 典型案例分析

(3) 模式优缺点分析

第五章中国电影院竞争格局及经营模式分析

5.1 电影院发展规模及竞争分析

5.1.1 电影院发展规模分析

(1) 电影院数量规模分析

(2) 银幕规模及结构分析

5.1.2 电影院竞争格局分析

5.2 电影院区域市场发展分析

5.2.1 电影院区域市场格局分析

5.2.2 北京市影院发展分析

5.2.3 上海市影院发展分析

5.2.4 重庆市影院发展分析

5.2.5 广州市影院发展分析

5.2.6 深圳市影院发展分析

5.3 电影票价需求调研及走势分析

5.3.1 电影票价走势分析

5.3.2 影院观众票价需求调研

(1) 观众认可的合理票价调查

(2) 观众愿意接受的最高票价调查

5.3.3 电影票定价建议

5.4 电影院经营模式分析

5.4.1 电影院经营业务分析

(1) 票房业务分析

(2) 卖品业务分析

(3) 广告业务分析

(4) 其他业务分析

5.4.2 电影院客户群体分析

5.4.3 电影院会员服务模式分析

5.4.4 电影院销售策略和手段分析

5.4.5 电影院运营成本分析

5.4.6 电影院盈利模式分析

5.4.7 电影院经营模式创新路径

第六章中国领先电影院线经营分析

6.1 领先电影院线经营分析

6.1.1 万达电影院线股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业影院规模及布局分析
- (3) 企业市场业绩分析
- (4) 企业投资扩张计划分析
- (5) 企业发展模式及经验分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

6.1.2 上海联和电影院线有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业影院规模及布局分析
- (3) 企业市场业绩分析
- (4) 企业发展模式及经验分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

6.1.3 中影星美电影院线有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业影院规模及布局分析
- (3) 企业票房业绩分析
- (4) 企业市场地位分析
- (5) 企业投资扩张计划分析
- (6) 企业发展模式及经验分析
- (7) 企业经营状况优劣势分析
- (8) 企业最新发展动向

6.1.4 深圳市中影南方电影新干线有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业影院规模及布局分析
- (3) 企业市场业绩分析
- (4) 企业发展模式及经验分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.1.5 广州金逸珠江电影院线有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业投资扩张计划分析

(5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

6.1.6 广东大地电影院线有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业投资扩张计划分析

(5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

6.1.7 北京新影联影业有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.1.8 浙江时代电影大世界有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业投资扩张计划分析

(5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

6.1.9 川太平洋电影院线有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.1.10 浙江横店电影院线有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业投资扩张计划分析

(5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

6.1.11 辽宁北方电影院线股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.1.12 河南奥斯卡电影院线有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.1.13 中影数字院线(北京)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业投资扩张计划分析

(5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

6.1.14 北京时代华夏今典电影院线发展有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业投资扩张计划分析

(5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.1.15 重庆保利万和电影院线有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业投资扩张计划分析

(5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.1.16 湖北银兴院线影业有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.1.17 世纪环球电影院线发展有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业投资扩张计划分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.1.18 武汉天河影业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.1.19 江苏东方影业有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.1.20 江苏蓝海亚细亚院线有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

6.2 领先电影院经营分析

6.2.1 北京耀莱成龙国际影城

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营业绩分析

(4) 影院经营项目分析

(5) 影院营销策略分析

(6) 影院经营优劣势分析

(7) 影院最新发展动向

6.2.2 首都华融电影院

(1) 影院发展简况分析

(2) 影院选址环境分析

(3) 影院硬件设施分析

(4) 影院经营业绩分析

(5) 影院经营项目分析

(6) 影院运营特色分析

(7) 影院经营优劣势分析

6.2.3 上海万达国际电影城五角场店

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营项目分析

(4) 影院经营业绩分析

(5) 影院运营特色分析

(6) 影院经营优劣势分析

6.2.4 深圳嘉禾影城

(1) 影院发展简况分析

(2) 影院选址环境分析

(3) 影院硬件设施分析

(4) 影院经营业绩分析

(5) 影院经营项目分析

(6) 影院经营业绩分析

(7) 影院运营特色分析

(8) 影院经营优劣势分析

6.2.5 北京UE华星国际影城

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营业绩分析

(4) 影院运营特色分析

(5) 影院经营优劣势分析

6.2.6 上海永华电影城

(1) 影院发展简况分析

(2) 影院选址环境分析

(3) 影院硬件设施分析

(4) 影院经营业绩分析

(5) 影院运营特色分析

(6) 影院经营优劣势分析

6.2.7 广州万达电影城

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营业绩分析

(4) 影院运营特色分析

(5) 影院经营优劣势分析

6.2.8 北京万达国际电影城CBD店

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营业绩分析

(4) 影院运营特色分析

(5) 影院经营优劣势分析

6.2.9 广州飞扬影城正佳店

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营业绩分析

(4) 影院运营特色分析

(5) 影院经营优劣势分析

6.2.10 北京UE国际影城双井店

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营业绩分析

(4) 影院运营特色分析

(5) 影院经营优劣势分析

第七章中国电影院线投资潜力及风险分析

7.1 电影院线投资现状分析

7.1.1 投资政策分析

7.1.2 投资主体分析

7.1.3 投资规模分析

7.1.4 投资热点分析

7.1.5 投资回报分析

7.2 电影院线IPO和并购分析

7.2.1 电影院线IPO分析

7.2.2 电影院线并购分析

7.3 电影制片及发行商全产业链扩张影响分析

7.3.1 电影制片及发行商全产业链布局优势分析

(1) 有效提高制作影片票房

(2) 制作内容商业价值最大化

(3) 平衡收入波动性

(4) 提高盈利水平

7.3.2 电影制片及发行商全产业链扩张案例分析

(1) 华谊兄弟全产业链扩张分析

(2) 中影集团全产业链扩张分析

(3) 保利博纳全产业链扩张分析

7.3.3 电影制片及发行商全产业链扩张对院线和影院影响分析

7.4 电影院线投资潜力分析

7.4.1 电影院线发展驱动因素分析

7.4.2 电影院线发展障碍因素分析

7.4.3 电影院线发展趋势分析

7.4.4 电影院线发展前景预测

7.4.5 电影院线投资空间分析

7.5 电影院投资建设模式分析

7.5.1 纯租赁模式分析

7.5.2 票房分成模式分析

7.5.3 品牌输出管理模式分析

7.5.4 保底租金加上票房分成模式分析

7.5.5 种模式的比较及应用分析

7.6 电影院建设运营流程及策略分析

7.6.1 影院选址策略

7.6.2 影院规划设计策略

7.6.3 投资规模与可行性研究

7.6.4 项目施工建设注意事项

7.6.5 加盟院线选择策略

7.6.6 影片排映技巧

7.6.7 电影票定价策略

7.6.8 影院品牌连锁发展思路

7.7 电影院线投资风险分析

7.7.1 宏观经济波动风险分析

7.7.2 行业政策风险分析

7.7.3 市场竞争风险分析

7.7.4 产品替代风险分析

7.7.5 选址及需求风险分析

7.7.6 电影质量风险分析

7.7.7 成本上升风险分析

7.7.8 技术风险分析

图表1：中国两种性质的院线对比

图表2：中国影视产业链示意图

图表3：电影票房分账比例

图表4：2016-2017年全球电影市场票房收入情况（单位：亿美元）

图表5：全球电影消费市场结构（单位：%）

图表6：主要国家银幕数对比（单位：块，%）

图表7：全球各地区银幕总数及不同类型银幕结构（单位：块）

图表8：全球数字银幕规模（单位：块）

图表9：全球3D银幕增长情况（单位：块，%）

图表10：北美、中、日、法银幕密度对比（单位：块/百万人口）

图表11：十国人均年观影次数对比（单位：次/人/年）

(GYZQJP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/309628309628.html>